

A lógica da comunicação e a ética das logotecnias

JOAQUIM CARDOZO DUARTE

O fenómeno da *massificação* da comunicação leva-nos a emprender uma análise da sua lógica e das condições de possibilidade de lhe encontrar uma ética.

A reflexão sobre dois momentos de *publicidade* da razão - a sofística grega e o iluminismo alemão - mostrar-nos-á a essência do que se joga nesta situação nem pessoal nem universal, mas apenas pública e massificante.

A lógica desta massificação faz descobrir a co-implicação de várias dimensões: cibernética, semiótica, sociológica, antropológica e outras.

Os conceitos que determinam este tipo de comunicação - acontecimento, novidade, sedução, retórica e outros - mostram a sua fragilidade ética.

Também o *excesso de sucesso* dá que pensar, remetendo para a necessidade de desconfiar de que algo de fundamental esteja ausente.

No entanto, o impacto cultural desta massificação da informação cria um estilo de pensar ou uma logo-tecnia em que a componente mecanicista chega ao âmago da própria racionalidade do homem.

Que virtude é então preciso desenvolver e que valores é urgente respeitar neste contexto de desafio à própria dimensão lógica do homem?

Que antropologia e que ontologia são exigidas por esta situação e se revelam capazes de fundamentar uma ética? □

Da transformação da acção à acção transformadora

JOSÉ ROSA

A tese fundamental do primeiro capítulo da obra *Das Prinzip Verantwortung*, e que o autor, Hans Jonas, desenvolve noutros escritos, é a de que a natureza da acção mudou em virtude dos meios portentosos que a ciência moderna, casada com a tecnologia, pôs ao dispor do homem. Isto, por seu turno, ao alargar o campo da acção, alterou a essência mesma do agir humano. Nas civilizações pré-modernas a ética era um problema da *polis*. Não se aplicava à natureza. Isto é, a natureza não constituía ainda objecto de responsabilidade humana. Ora, isto mudou radicalmente. «A *técnica moderna introduziu alterações de tão diferentes escalas, objectos e consequências que o quadro ético anterior já não pode contê-*



Hannah Arendt. Entre a Filosofia e a Política

ISABEL LEANDRO GOMES

A melhor forma de situarmos o tema que preside a esta comunicação consiste em inseri-la na obra de Hannah Arendt. Deste modo, na Conferência proferida em 1954 na Notre Dame University sob o título geral de "The Problem of Action and Thought after the French Revolution", Arendt coloca a relação amor-ódio entre Filosofia e Política a partir do processo-condenação de Sócrates. Por outro lado, a condenação do incomodativo "moscardo" é associada ao problema da autoridade, sua identificação genética e crise (podemos encontrar uma minuciosa interpretação do papel de Sócrates como "moscardo" em *The Life of Mind*, Vol. 1, cap. 17, texto que se deveria constituir em três partes, cada uma delas dedicada à compreensão das três actividades que completam a condição espiritual do homem - o pensar, o querer e o julgar. A última parte da obra resultou da publicação de aulas expositivas sobre a filosofia de Kant, proferidas por Arendt em 1970 na New School).

O papel do filósofo, no dizer de Arendt, não é o de governar a cidade (ideal platónico), mas o de ser o seu

"moscardo". Associada a esta crise da autoridade emerge a tensão essencial entre persuasão e dialéctica. A persuasão é dirigida a uma multidão, a dialéctica encontra-se radicada no diálogo a dois. De certo modo, ambos os processos podem evoluir para zonas periféricas do tema (educação, mundo da cultura...) mas, na sua redundância, podem igualmente ser interpretados como diferentes estratégias de discutir o "público" e o "privado".

Neste sentido, "...o conflito entre filosofia e política, entre o filósofo e a *polis*, irrompeu não porque Sócrates quisesse desempenhar um papel político, mas antes porque queria tornar a filosofia relevante para a *polis*" (*The Problem of Action and Thought*).

Para Arendt, a natureza depuradora do pensamento, a maiêutica socrática, provoca um efeito libertador sobre a faculdade de julgar - *a mais política de entre as qualidades espirituais do homem* - e aproxima-nos da reformulação do problema da conexão interna entre a incapacidade de pensar e o problema do mal. □

los.» E porquê? Pela desmesura dos poderes da técnica, pela vulnerabilidade da natureza frente à intervenção tecnológica do homem e, consequentemente, pela responsabilidade acrescida ao presente dessa responsabilidade, que é o ter também de responder pelo futuro das gerações vindouras. A natureza é pois o *novum* da ética que exige repensar a acção.

Segundo H. Jonas, no agir humano pós-moderno havia uma grande proximidade entre causa e efeito. Mas actualmente essa proximidade desapareceu, crescendo ainda a perniciosa do carácter cumulativo das agressões ambientais, por exemplo. As agressões que hoje o homem perpetrar podem pôr em causa tanto a possibilidade de arrear caminho, como a de continuar mesmo a agredir a natureza. Estaremos em tal limiar, diz Jonas, quando a própria sobrevivência biológica da espécie for periclitante. Ora, nenhum dos modelos éticos anteriores tinha a obrigação de considerar as condições globais da vida humana e mesmo a responsabilidade perante os vindouros. Esta responsabilidade para lá do presente vem transformar a natureza da acção humana.

Poder-se-ia objectar que estamos hoje em posição privilegiada, em termos de conhecimentos, para prever as consequências da nossa acção. Isto é comparativamente inegável. Todavia, o conhecimento prospectivo, a dimensão da previsibilidade fica sempre atrás dos conhecimentos técnicos. Temos mais poderes para intervir no presente do que conhecimentos das consequências dessa intervenção. Esta *décalage* parece ser constitutiva do procedimento científico.

A profunda reflexão de Hans Jonas creio que tem de ser levada a sério e, simultaneamente, relativizada. Sobre tudo uma análise demasiado pessimista e certas afirmações onde urge inculcar esperança. É verdade que a ciência e a tecnologia têm poderes que em tempos recuados eram apanágio de entes mitológicos, que a ciência ocupou o lugar desses entes intermédios. Contudo, certas afirmações, como por exemplo a da possibilidade actual de se colocar em causa a sobrevivência da espécie humana, é algo assaz discutível. Por um lado, por mais que se fale dos arsenais nucleares, químicos, biológicos, etc., es-

tamos ainda longe de ter condições reais de auto-liquidação da espécie. Por outro, não sabemos exactamente a capacidade de auto-regulação dos ecossistemas biológicos. Isto não é a recuperação da velha tese das correspondências, mas o reconhecimento de que a natureza tem mecanismos semelhantes aos de um organismo vivo.

Retomando uma tese cara a Heidegger, a transformação da natureza dar-se-á

sempre na ciência. Não numa ciência domesticada com deontologias, porque ela tende sempre a ir além das deontologias.

Mas será uma transformação a partir da própria obra da ciência, e do topar com os seus próprios limites. Isto supõe uma metafísica adentro da própria ciência. Creio que ao **princípio responsabilidade** importa responder, de novo, sem alijar responsabilidades, com o **princípio esperança**. □

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MARIA JOÃO AMADO FREITAS

“Os verdadeiros gigantes sempre foram homens que saltaram dos factos para o Reino da imaginação e das ideias”

Bill Bernbach

Espantoso o que estas 26 letras podem fazer.

Dependendo da forma como são ordenadas, põem-nos a rir ou a chorar, fazem-nos meditar ou imaginar, maravilham-nos ou encham-nos de apreensão.

Nas mãos de Shakespeare, tornaram-se “Hamlet”. Com elas, Kant edifica a “Crítica da Razão Pura”, Lewis Carroll criou “Alice no País das Maravilhas”. Nietzsche molda com elas “Para Além do Bem e do Mal”. Todas as ideias do mundo estão nelas. Sem elas, estaríamos privados do mais eficaz meio de persuasão. E eu não teria como escrever este texto.

Quando, há cerca de 6 anos, fiz o meu estágio como “Copywriter” (redactora publicitária) na agência multinacional LINTAS, pensava que para ser um bom profissional na minha área bastava ter uma imaginação fértil e uma certa facilidade em lidar com as palavras. Mas cedo percebi que o mais importante era saber pensar - daí a utilidade da minha formação académica. Foi o Curso de Filosofia que me deu a ferramenta decisiva para a minha profissão: ensinou-me a fundamentar o meu pensamento.

Sendo a filosofia a legitimação de qualquer forma de pensamento, baseia-

se, tal como a actividade publicitária, em estratégias de persuasão.

Ser criativo - nome pretensioso para designar a nossa actividade, uma vez que todas as pessoas são criativas - exige um árduo exercício mental que se pode traduzir, em percentagens, por 95% de transpiração e 5% de inspiração.

Em termos estratégicos, há uma série de questões a colocar, a primeira das quais: para que serve este produto?

É preciso ir à essência do nosso produto, escavar fundo até descobrir o seu coração e a sua individualidade (o elemento diferenciador a partir do qual vamos construir a personalidade do produto).

Criar é pensar. Porque ser criativo é, antes de mais, saber articular um raciocínio. Tudo começa aqui: o que vou dizer sobre este produto? (O “como” vou dizer surge muito mais tarde e pertence aos tais 5% de inspiração).

Se a filosofia é o sistemático questionar da realidade, a publicidade é a desbanalização desse mesmo real.

Devido à crescente massificação da sociedade de consumo, os produtos são todos iguais e desumanos. Fazer um anúncio é, antes de mais, descobrir o lado humano de um produto. Porque as pessoas não compram produtos - compram benefícios.

Um perfume não vende um aroma ou uma fragância - vende o valor que lhe foi acrescentado em termos de imaginário: sedução, liberdade, afirmação individual, exotismo, etc. O proces-